

2022年中国微短剧行业：各大视频平台的流量之争

2022 China's Mini-series Industry: The Battle for Traffic Among Major Video Platforms

2022年中国のミニシリーズ業界：主要なビデオプラットフォーム間のトラフィックの戦い
(精简版)

报告标签：微短剧、网络剧、视频平台、IP、直播电商

撰写人：程颢

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。



观点摘要

作为网络剧新兴业态，近两年来微短剧逐步成为各大视频平台发展的重点，快手、抖音、腾讯、爱奇艺、优酷都力求将微短剧业务打造成其视频平台的成长因子。同时网络文学平台、动漫平台等IP版权商积极参与微短剧制作，各大MCN、影视公司、KOL也播出了《通灵妃》、《权宠刁妃》等热门微短剧。

随着微短剧生态圈各环节均加大投入力度，未来微短剧行业将高速增长。而在相关政策基本为限制性政策的环境下，微短剧行业应当合规制作剧集，降低政策风险

- ✓ 近两年来兴起的微短剧凭借单集时长短、剧情剪度高、制作成本较低、制片方式灵活等特点，正逐步拓展市场

目前中国网络剧行业已进入成熟期，增长放缓与盈利能力较低是该行业面临的主要痛点，网络剧行业急需新兴成长因子。随着消费者生活节奏加快，空余时间逐步减少，“由长变短”是未来网络剧发展的一大方向，微短剧这一新兴业态顺势而生。现阶段中国微短剧行业已具备一套较为完整的商业模式，IP版权商、影视制作商、视频平台、广告商将共同协作打造一条完整的产业链。

- ✓ 各大视频平台加大投入是微短剧市场发展的核心，微短剧需根据不同消费场景与消费心理进行优化

现阶段短视频平台依托其用户流量优势，正推出一批高质量的微短剧，同时通过与影视制作机构合作、扶持计划进一步布局微短剧市场。长视频平台希望借力微短剧巩固现有用户群体，逐步提升盈利能力，通过微短剧这一新兴业态培育新的成长因子。微短剧的主要消费场景为家中、等待、通勤、用餐期间等，适应不同观剧场景逐步优化是未来微短剧持续吸引用户观看的关键

- ✓ 随着视频平台激励计划升级，未来精品微短剧数量将快速增长，与直播电商平台合作及使用高新技术将是微短剧发展的新方向

随着各大视频平台在微短剧业态的竞争加剧，微短剧激励计划或将进一步升级，预测未来将会有更多高质量、高预算制作的微短剧产出。与直播电商平台合作将提升微短剧的盈利能力，在众多MCN机构入局微短剧的背景下“微短剧+直播电商”模式将快速发展。未来在微短剧行业逐步饱和后，运用高新技术制作的新式微短剧有望引领行业的新方向

■ 中国微短剧行业的定义与商业模式

微短剧的单集时长通常在10分钟以下，其具有短视频的耗时较少、娱乐性强等特点的同时，亦具备长视频在剧情方面的优势。微短剧以制作成本较低、制片方式灵活、剧情密度高等特点，近年来呈现爆发式发展的趋势

■ 微短剧消费场景

居家、碎片时间、上班通勤、午休用餐等是微短剧的主要消费场景，微短剧单集时长较短的特点适合日常零碎时间观看，同时较符合当代社会生活节奏加快的特性

■ 微短剧消费人群

白领人群、女性人群、年轻人群是中国微短剧行业的三大类核心消费人群，都市、家庭、高甜、悬疑、魔幻、恋爱题材的微短剧深受这三大类消费人群的青睐，而午休与晚间是用户观看微短剧的高峰时段

■ 微短剧参与平台

微短剧参与平台包括短视频平台：抖音、快手两大短视频巨头，腾讯旗下品牌微视；传统长视频平台：爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV等

中国微短剧行业商业模式图示



来源：头豹研究院

■ 中国微短剧行业制作端分析

微短剧版权商主要为网络文学平台、动漫平台，这类版权商正依托自身IP优势自制微短剧，从而转型成为微短剧制作机构

部分知名微短剧制作机构及其代表作

制作机构名称	代表微短剧	上映时间
臻视频	《危险关系》	2020年
御儿古风团队	《一胎二宝》	2021年
米读	《秦爷的小哑巴》	2021年
天眼影视	《那年夏天的秘密》	2020年
小啤梨文化	《通感恋人》	2019年
大脑天宫	《通灵妃》	第一季2019年 第二季2020年
宁波墨初影业	《特工别闹》	2020年
洋葱集团	《孟婆十九》	2020年
鸣白文化	《少夫人又作妖了》	2021年
古麦嘉禾	《城七日记》	2021年

头豹



■ 现阶段微短剧制作机构包括MCN、影视公司、KOL等

天眼影视、臻视频等新兴微短剧影视公司是微短剧主要制作机构，御儿古风团队等MCN机构也持续播出《权宠刁妃》、《大御儿之烛阴女王》等热门微短剧。此外网络文学平台、动漫平台等IP版权商也试图成为微短剧制作机构，网络文学平台米读成立了微短剧制作团队，并出品爆款微短剧《秦爷的小哑巴》，该剧在快手上线后便收获3.3亿播放量。基于IP的微短剧有助于将IP原有的粉丝族群直接转换为微短剧的观众，实现流量共享的效果

来源：36氪，各视频平台，头豹研究院

中国微短剧行业派发端分析

短视频平台依托其用户流量优势，正努力推出一批高质量的微短剧，同时通过与影视制作机构合作、扶持计划进一步布局微短剧市场

短视频平台竞争策略分析



核心战略

截至2022年1月，中国短视频用户规模约9亿人，视频内容用户逐渐形成短平快与碎片化的消费偏好。微短剧短小精练的属性符合抖音、快手等短视频平台用户消费习惯，短视频平台希望依托微短剧争夺爱奇艺、腾讯视频等传统长视频平台的市场份额



抖音

- 抖音希望持续推出优质微短剧以巩固市场份额，同时吸引传统长视频平台用户
- 真乐道影业、华谊兄弟、唐人影视等头部影视公司是抖音微短剧的重要合作方
- 2021年主推《做梦吧，晶晶》、《男翔花园》、《别怕，恋爱吧》等微短剧



快手

- 快手作为最早进入微短剧行业的平台，现阶段正积极壮大头部微短剧创作群体，通过高质量的微短剧提升平台在微短剧市场的影响力
- 通过激励计划鼓励微短剧制作：2019年的光合计划、2020年的星芒计划、2021年的加强版星芒计划核心目的为通过现金与流量奖励鼓励优质微短剧制作



微视

- 2021年微视投入10亿元资金与百亿级流量推广微短剧，并推出高质量的单集时长1-3分钟的竖屏微短剧品牌“火星小剧”
- 微视依托腾讯生态圈的支撑，陆续推出改编自腾讯动漫头部IP的微短剧作品，包括《王者荣耀》、《冯宝宝与张楚岚》等

头豹

长视频平台竞争策略分析



核心战略

各大长视频平台目前均面临用户增长放缓、盈利能力较弱等问题，在短视频平台试图利用微短剧进一步抢占市场的背景下，长视频平台发力微短剧业态势在必行。长视频平台未来需要利用微短剧巩固现有用户群体，同时伺机吸纳新用户，并逐步提高盈利能力



爱奇艺

- 爱奇艺注重原创型微短剧，早在2018年爱奇艺便制作了竖屏微短剧《生活对我下手了》
- 爱奇艺平台拥有为数众多的传统付费会员，同时爱奇艺在微短剧业态采取“会员会费+广告费用+招商”的分账模式吸引微短剧合作伙伴



腾讯视频

- 依托腾讯庞大的生态圈（如微视短视频平台）共享用户流量，共同维护腾讯生态体系
- 与微视、腾讯动漫、阅文集团、QQ阅读合作自制微短剧，如《通灵妃》、《摩玉玄奇》
- 2021年12月腾讯视频发布微短剧“十分剧场”，将打造微短剧精品化的新模式



优酷

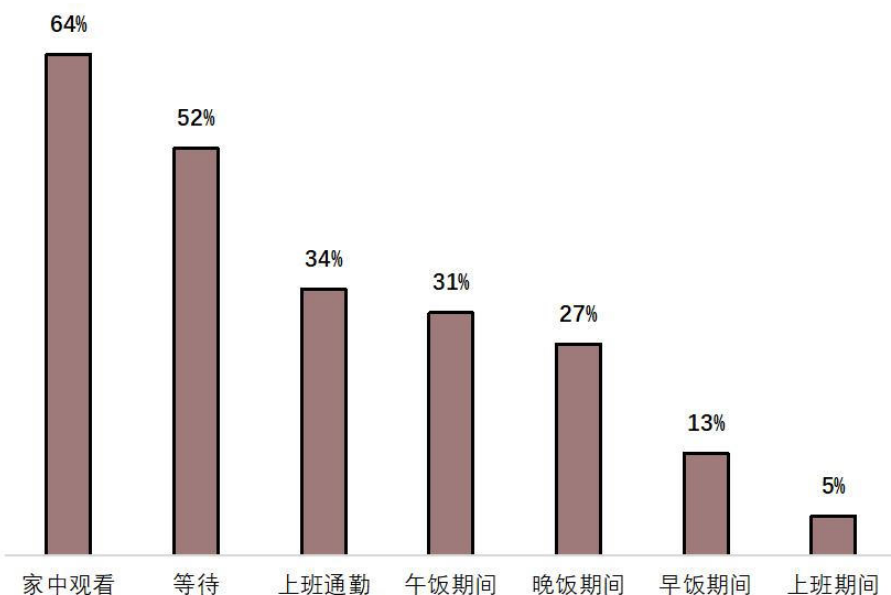
- 2021年9月发布“扶摇计划”，其目的为连接微短剧制作机构与网络文学动漫IP平台
- 实行“好故事计划”鼓励原创微短剧，优酷与头部微短剧制作机构合作，主攻搞笑喜剧、奇幻、脑洞、热点话题三大题材的微短剧

来源：各视频平台，头豹研究院

■ 中国微短剧行业消费场景分析

微短剧的主要消费场景为家中、等待、通勤、用餐期间等，适应不同观剧场景逐步优化是未来微短剧持续吸引用户观看的关键

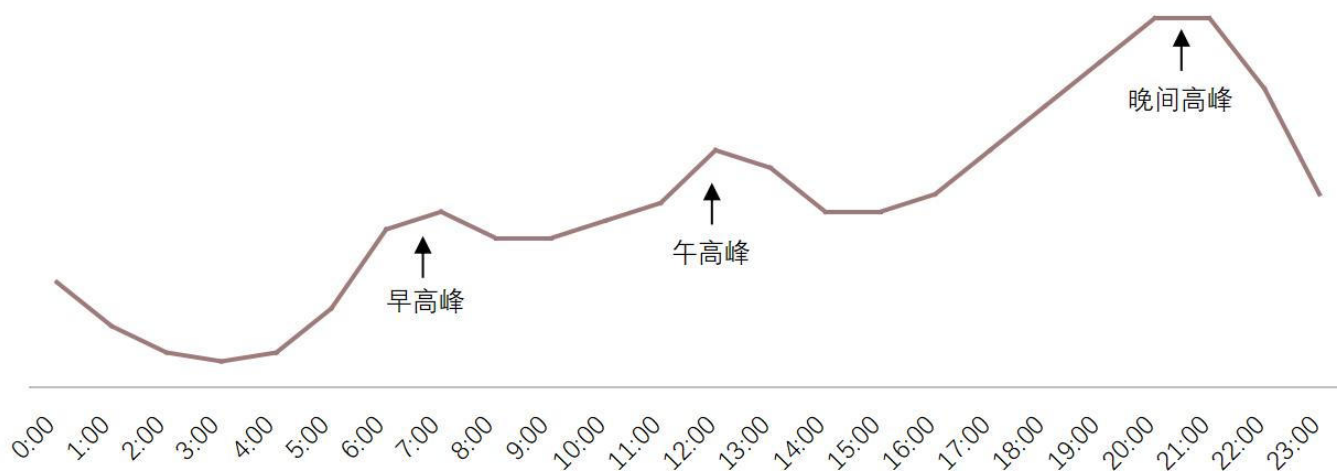
微短剧主要消费场景分布，2021年



- 微短剧的主要消费场景包括家中、等待、上班通勤、用餐期间，微短剧剧集较短、剧情密度高的特点适合用户在碎片时间观看
- 受短视频业态影响，微短剧较多采用竖屏拍摄，竖屏模式更适合用户在手机上观看微短剧。未来微短剧制作机构可发挥微短剧制作方式灵活的特性，适应用户不同场景的观剧需求

头豹

快手微短剧用户观剧量24小时分布，2021年



■ 微短剧用户观剧高峰期特征明显

早高峰、午高峰、晚间高峰是微短剧的三个观剧高峰期，观剧早高峰对应着早饭、上班通勤等场景，午高峰对应的是午饭、午休场景，晚间高峰对应下班通勤、晚饭、家中等场景。为方便用户晚间高峰家中使用电脑观剧，横屏微短剧占比呈逐年上升的趋势

来源：艺恩，磁力数观，头豹研究院

■ 微短剧发展趋势 —— 高新技术赋能

现阶段微短剧行业处于高速成长期，未来在微短剧行业逐步饱和后，运用高新技术制作的新式微短剧有望引领行业的新方向

四大高新技术赋能微短剧



5G通信技术

截至2022年1月，中国5G通信终端设备总数已达到**2亿台**，未来移动数据流量将呈现海量低价的发展趋势，中国居民使用移动设备观看视频内容的渗透率将进一步提升。同时5G通信技术作为4K、8K、VR、AR等高新技术的底层支持，有望将一系列高新技术带入微短剧的制作过程中



虚拟现实（VR）

虚拟现实技术（VR）随着2021年元宇宙概念在中国兴起，预计未来VR产业在中国将产生一个千亿元级别的赛道。VR技术与微短剧结合将为用户带来沉浸式、高还原的观剧体验，“VR+微短剧”模式未来或将成为微短剧市场逐步饱和后的行业新兴突破口



超高清（4K与8K）

在5G的高带宽与平价数据流量的助推下，采用超高清（4K或8K）制作或成为微短剧未来的发展方向。超高清微短剧便于在超高清智能电视观看，同时超高清视频将为VR体验带来质的飞跃，“VR+超高清+微短剧”的模式有望成为微短剧行业未来的新风口

头豹



自由视角技术

谷歌街景开启了自由视角技术的民用开端，之后自由视角技术逐步普及。2022年北京冬奥会将为观众提供自由视角转播，观众自由选择场馆内摄像机视角观看比赛。未来或将出现自由视角技术制作的微短剧，让用户根据喜好自由切换视角

■ 各项高新技术未来将助推微短剧行业发展

作为网络剧创新突破口的微短剧业态天生具有创新与科技属性，有望成为运营新兴技术的试验田。5G通信技术将在带宽提速的同时降低流量价格，从而增加用户观看微短剧时长。VR、超高清、自由视角技术将开启微短剧的新型创作方式

运用高新技术制作的微短剧或有望成为行业新驱动因子，现阶段微短剧行业仍处于高速成长期，未来在微短剧行业逐步饱和后，行业内急需新的驱动因子。运用高新技术制作的新式微短剧有望引领行业的新方向，成为行业新的驱动因素

来源：人民政协网，头豹研究院

未完待续

下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：gary.liu@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2022年中国微短剧行业：各大视频平台的流量之争》

了解其他系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2021年中国电视剧行业概览
- 中国IP版权交易行业市场研究
- 2021年中国阅文集团企业报告：IP生态逐步完善，免费模式持续发力
- 中国网络剧行业概览
- 直播电商行业：风口正盛，未来去往何方？



www.leadleo.com

法律声明

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报



添加右侧头豹分析师微信，身份认证后邀您进入行研报告分享交流微信群



详情咨询



客服电话

头豹
400-072-5588



上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127



深圳

李先生： 13080197867
李女士： 18049912451



南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521